13 | 设计量化会把创意扼杀在摇篮里吗?

2021-02-05 炒炒

体验设计案例课 进入课程 >

讲述：炒炒
时长 16:47 大小 15.38M

你好，我是炒炒。

上一节课，我们探讨了用量化的手段去判断设计需求的优先级，以及如何用量化的方法科学地去做设计需求管理。今天，我们再次用量化来探讨另一个话题：**设计创意**。

在别人眼里，设计师是创意的爆发者，是自由的灵魂，是想象力十足的。但是每一个身处于商业环境中的设计师，总觉得自己的创意和灵感会受到限制，是带着枷锁跳舞，会服从于利润和效率优先的原则。

比如说，像上节课提到的需求管理、需求评估、设计流程、需求清晰度、交付时长量化，还有设计资源的有效利用等。这种规规矩矩的东西，是不是会限制设计师，把设计创意给扼杀掉呢?

创意，代表着情绪、主观，带有浪漫主义色彩，而数据、规范象征着理性、客观，充满了现实主义。好像自古以来，这二者就不可兼得，不能同时存在于一个舞台上。真的是这样吗？

别急，这一讲，我们一起来分析分析设计量化与设计创意之间，到底有没有矛盾。

什么是设计创意？

在分析这个问题之前，我们先思考一个问题，怎么理解设计创意？

可能每个人对创意的理解都不尽相同。我对设计创意的理解是：**新颖又实用的解决问题思路**。

如果只能解决问题，但是丝毫不新颖，叫作老调重弹；但是，只有创意和想法，却不能落地，只能算作天马行空，**唯有真正落地的创意才叫作创新**。

在同时满足“新颖”与“实用”的两个基础条件上，创新又可以分成两个大类，一类是颠覆式创新，另一类是基于现有产品 / 服务的微创新。

颠覆式创新

颠覆式创新就是那些从来没出现过的新东西或者服务，带有革命性的变化，会改变人的习惯。

比如说，当年 iPhone 3G 的面世就是一个颠覆式的创新，是对手机的一个革命性变化，因为它重新定义了智能手机。作为一款触屏手机，它打破了持续了很长时间的手机形态规则，同时它还重新定义了手机的未来发展方向，掀起了智能手机的行业浪潮。

它既满足了人们的实用需求，又让人们惊呼，原来手机还能这样。

iPhone 3G 的惊艳除了乔布斯本身对手机产品的思考，当然也得益于技术的发展、3G 网络的发展。就是这样刚刚好，网络更快了，人们更有钱了，触摸屏也就发展起来了。

颠覆式创新在满足实用的基础上，在产品形态、使用方式、或者服务模式方面会有很大的不同。但是，你也发现了，这种创新通常来说，可遇不可求，必须有天时地利人和。

基于现有产品 / 服务的微创新

什么是基于现有产品 / 服务的微创新呢？就是一些有趣的、实用的优化方案。

我们现实工作中更多接触到的也是这一类的创新方案。大多是基于某个成熟的产品的微创新，在腾讯每个季度就有一个微创新奖，专门用来奖励那些小小的有创意的点子或者有趣的方案。有的能落地到产品上，不能落地的就当成创新案例库积攒起来，等有需要的时候用。

这一类的创新听起来好像不够霸气，感觉跟设计师那蓬勃的、躁动的革命性创新形象不太契合。但其实，也并不是这样，微创新中的“微”代表的只是微小的改动，并不是微小的效果。

之前在银行就有一次项目的微创新经历。当时，银行业务中有很多功能是用户需要自己填写表单的，不仅仅要填写各种表单，还要上传影像资料。内容范围非常广，包括公司的名称、统一信用代码、营业执照、法人身份证、经办人身份证、手机号、房产信息等。

一连串的资料填写与上传给用户带来的体验很不好，用户可能会因为填写太多信息，上传太多零散的资料，临时中断或者放弃使用我们的产品，带来的后果就是直接影响到了业务绩效。

为了帮助业务绩效的提升，我们针对填写表单的功能，从交互上提供了一些创意点。

第一点，合并上传影像资料与填写资料的行为。即如果填写的资料是上传的影像资料中含有的信息，则用户不需要填写，只需要上传影像资料就可以了，上传完成后页面会反显文字信息。本来用户需要上传三个影像资料，填写八项信息，现在只要上传三个影像资料就可以了。

第二点，减少证件号等长串字符的手动输入。通过 OCR 的引入，用户只需要用摄像头拍下想要填写的字符串，系统就可以帮忙自动填写了，用户只需要确认就好。这一个小的改变，不但提高了用户的填写效率，还降低了用户手动输入的错误率。

我们还给这个方案取了个微创新的名字，叫作“智能填单”。

这个 case，虽说不是什么惊天动地、前无古人后无来者的革命性创新点子，但是这小小的优化改动给产品的使用带来了很大的变化。提升了用户体验，减少了用户的流失率，带来了肉眼可见的业务价值。

也就是说，基于现有产品 / 服务的微创新虽小，但无论是对于产品的体验，还是给业务带来的价值。于两者而言，都是实用的，并且有效的。

说完了对创新的理解，我们回到今天的主题“量化会把设计创意扼杀掉吗？”

量化会扼杀设计创意吗？

在日常工作中，与设计创意和灵感相悖的是什么呢？应该就是“**数据反馈**”和“**设计规范**”这两种量化了吧！纵然你的创意再好，别的协作方也会让你拿数据说话，或者拿设计规范压你。

那么，接下来，我们就从这两个方向来寻求问题的答案吧。

设计创意 VS 数据反馈

听到数据这个词，是不是一下子就瑟瑟发抖了？甚至还会想，设计为什么需要为指标负责呢？

因为在大部分设计师眼里，数据更多可能只是一个 KPI 的考核指标，是一个硬性要求。有时，为了达到类似拉新、活跃类似这样的 KPI 指标，我们可能会做很多不太友好的产品设计。

就比如说，最常见的 App 启动页广告，它是一个比较好的提高产品商业 KPI 指标的工具，能在用户打开 App 的第一时间，就抓住用户的视觉关注点，而且还能带来一定的 KPI 价值。

但是这对于用户来讲，疯狂地看到不需要的广告是很反感的、不友好的，用户追求的是快速地启动 App，看到想看到的内容，而不是看广告，而且有的时候还会不小心误点广告。

说个我之前项目中的小例子。我们有一款新的贷款产品，KPI 指标是月申请人数达 500 人。

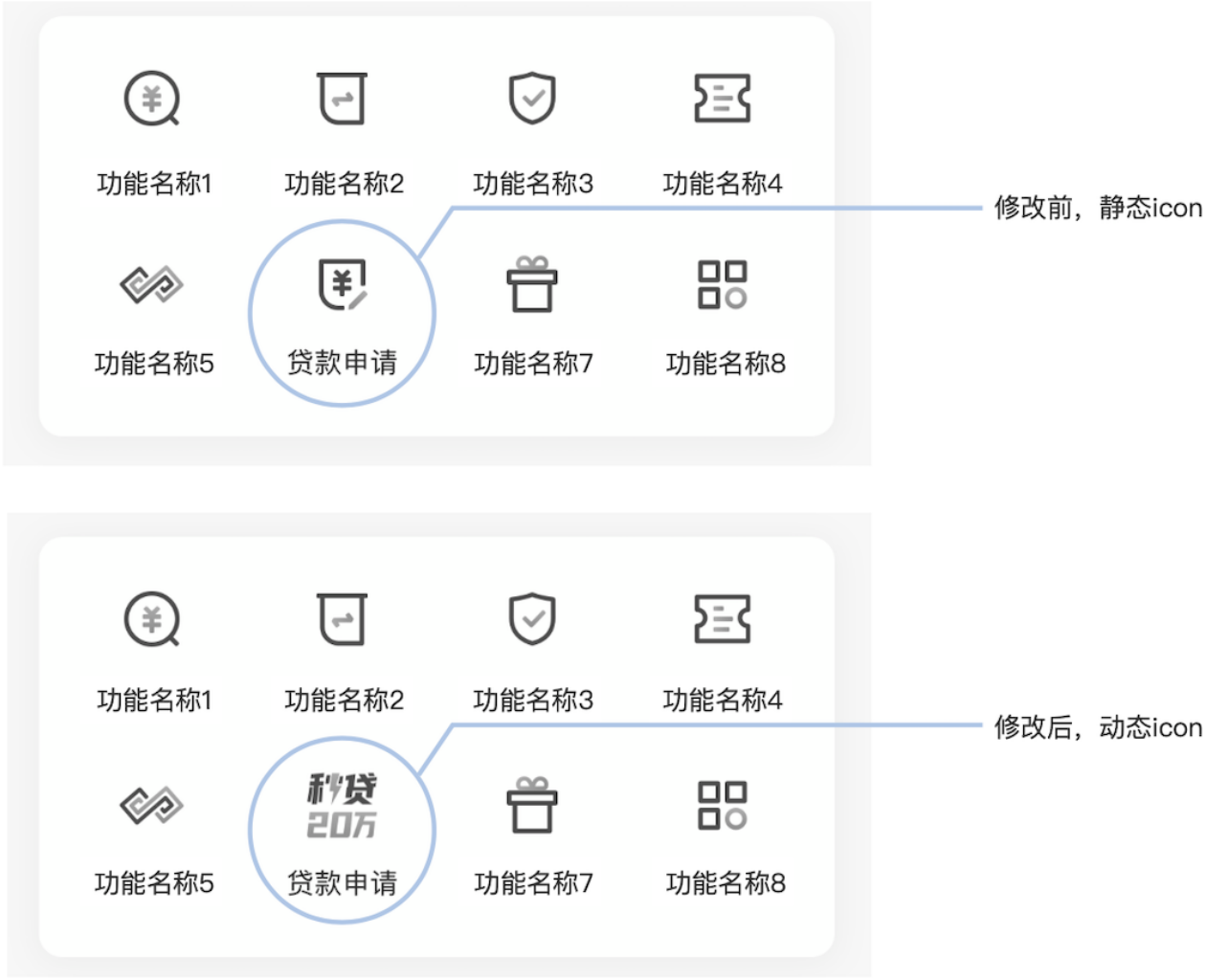
刚开始，我们把这款贷款产品投放在了 App 首页这个金刚位。这个贷款产品投放了 2 个月后，从数据来看，这款贷款产品的点击率仅占首页 PV 的 3%，这个数据完全达不到我们预期的 8%。是申请流程繁琐吗？交互流程不友好吗？还是 App 系统出问题了，有闪退的现象？

我们就开始深入分析数据，查了这款贷款产品的漏斗模型。我们发现从产品入口到申请成功的转化率是 86%，也就是说，造成功能入口点击率低的原因并不是申请流程出了问题。

因此，我们就盯上了“功能入口”。

虽然这款产品申请处于首页的金刚位，但金刚位包含着 8 个功能的入口 icon。也就是说，这 8 个功能放在一起，要发现这个贷款产品是有一定难度的。基于这个问题，我们把 App 入口的 icon 从静态改成了动态，并且加上了极具吸引的文案“**秒贷 20 万**”。

1 个月后，从数据反馈来看，入口的点击率提升到了 10%。



从上面的例子可以看出，产品数据的反馈并不会扼杀设计创意。

相反地，数据反馈对设计师而言，也并不是一个硬性的 KPI 考核指标，它甚至可以帮助我们在设计时，获得创意的切入点，为设计创意提供依据、启发和机会。

所以，结论就是，虽然设计人不直接为指标负责，但是好的设计都是需要通过数据来证明价值的。不然，**再好的设计作品，不能获得市场的认可，也都只是在自嗨而已。**

设计创意 VS 设计规范

除了数据之外，很多小伙伴还会觉得，规范会限制自己的创意发挥。比如说：

> 为什么列表的信息一定要有分割线，如果不要分割线是不是会更透气？
>
> 为什么入口 icon 一定要线性风格，如果我用 C4D 的立体风格是不是更酷一点，更潮流一些？

为什么成功提示一定要用弹窗表示，如果用 Toast 提示是不是更轻量化一些？

……

我最近面试了不少的同学，大家的作品也集中放了一些设计规范的相关内容。但是，当我问及他们对设计规范的看法时，部分同学会觉得设计规范对自己的工作有一定程度的限制，感觉自己每天的工作就是堆积木，限制了设计创意的发挥，设计师的价值在慢慢变弱，甚至消失。

虽然这么说有点残酷，但是我想说，这样的想法是比较小格局的。

当你有了类似的想法，可能是因为你并没有想清楚设计规范的意义。

设计规范是一个产品的设计语言，是搭建设计体系的基础。设计规范的存在，可以保持产品的统一性，在众多设计人员合作的产品中，可以保证小伙伴间做出的产品有高度的统一性。

不光如此，设计规范还能提高团队的效率。针对同样的组件，我们只需要设计一次，设计阶段就可以直接复用，同样地，开发也不需要重复开发。**我们不能只停留在自身闪光点的呈现，要从更高的维度去衡量**，例如产品价值、业务价值、产品效率、团队成长等。

你有试想过一个没有设计规范的产品是怎样的吗？

曾经，我们团队的产品就经历过没有设计规范的阶段，那简直是花样百出，令人乍舌。

当时，我们团队负责的是一个对公的门户 App。在产品初期，要对接外部第三方的功能和内容，为了能够让功能快速上线面客，我们直接调用了对方的 H5，也就是说，我们直接复用了对方的页面流程与样式，只在我们的产品增加了一个“功能入口”。

由于直接复用了别人的页面，导致了我们的部分相似功能在同一个 App 上呈现了两种完全不一样的交互与视觉样式。对用户而言，这产品的打开方式有点神奇，东一下，西一下，感觉不是在同一个产品里，给用户的体验十分不好，还带来了额外的学习成本。

这个产品还会给人的感觉简直是一个大杂汇。设计语言没有统一性，会导致用户对产品的品牌没有感知，很难记住你这个产品，还会感觉你们根本就不用心。

再说回贷款产品，我们的平台会承接不同的贷款产品，每个贷款产品的申请流程大同小异。

前期，每个贷款产品的交互、视觉、以及开发都是独立执行的，也就是每一个新的贷款产品都需要重新做一遍。无论是项目组还是设计师，我们都意识到了这部分重复性的工作，浪费了不少时间与人力。所以，我们决定把贷款流程做成规范化的、可复用的控件。

首先，我们汇集了现有全部贷款产品的申请流程，把申请流程进行拆分，分别是：**产品介绍环节、填写资料环节、身份验证环节、申请反馈环节**。然后，基于共性与个性的梳理，我们把贷款申请流程梳理成了一个标准的申请流程。后续如果有新的贷款产品，我们就以这个标准的申请流程作为基线，再按照对应产品的差异化进行调整。

无论业务梳理、还是设计、开发，效率提升了不止一点点。原来需要投入 4 天的设计时间，现在只需要 2 天就行，大大提高了效率。还保证了在同一个平台上，类似产品的操作流程几乎是保持一致的。对用户而言，即使是不同的贷款产品，但在整体申请流程上都是一致的，是熟悉的。

你看，有了设计规范后，设计师减少了一部分重复性工作的投入，设计师有了更多的时间和精力放在创新思考上，比如说如何激励用户来贷款，如何让转账用户产生理财操作等。

所以说，设计规范并没有限制设计师的自由，相反，对于一些已经形成固定用户习惯的元素，设计规范能够更好地保持用户体验的一致性，并且提升设计师在处理大量相似性设计的效率，**让设计师可以节省出大量的时间去投入到对设计创意的研究上**。

在这里，我再说一个之前发生在我们团队的故事。

在我们团队初期还没有设计规范的时候，有位小伙伴参与的需求都是比较类似的。这些需求的一个共同点就是“表单”，差异就在于表单内容的多与少，还有顺序。长时间的重复性工作让这位同学失去了工作的激情，也很容易暴躁，觉得自己作为设计师没有价值。

但随着这个产品设计规范的建立，这个小伙伴的重复性工作得到了释放，有更多的时间去思考产品的深度优化，以及行业内的创新点。他把平时积累的设计创意形成创新产品方案，然后去参加银行内的年度创新大赛，有两个方案都入围到了前 20%，还获得了丰厚的奖金。

从上面这两个设计规范和流程规范的例子来看，规范性的东西不但不会扼杀掉设计师的创意，反而会释放设计师重复性工作的精力，为思考设计创意提供更多的时间和机会。

炒炒总结

今天，我们探讨了一个在每个设计师心里，都曾有过疑虑的问题，那就是设计量化到底会不会扼杀掉设计创意呢？答案是不仅不会，还会帮助我们在创意这条路上，走得更远。

首先，我们分析了什么是创新，可以分为颠覆性创新和基于现有产品 / 服务的微创新。无论是哪种，它们都有两个共同点，**一个是新颖，一个是实用**，是有一定的产品价值和业务价值的。

虽然颠覆式创新很难做到，但我们完全可以做一些微创新，“微”在于行动，并不在于效果。

接下来，我们基于工作中的一些微创新案例，从“数据反馈”和“设计规范”两个方面出发，分析量化对于设计创意的影响。量化不会扼杀设计创意，反而是一个辅助设计找到体验优化点的利器，一个帮助我们验证设计创新的有效价值的证据。

同时，设计规范层面的量化不仅可以满足用户的一些习惯的体验，还可以释放设计师重复性工作的精力，为设计师思考设计创意提供更大的空间。

所以，我们要让设计量化助力我们的创意想法和行为，而不是一味地投反对票。

练习题

你能尝试利用数据反馈，去寻找一下你现在所做产品 / 功能的创意启发点和切入点吗？或者是关于设计规范，你有怎样的理解与体会？来分享一下吧！

记得在留言区和我讨论、交流你的想法，每一次思考都会成为你进步的基石。

如果你喜欢今天的内容，也欢迎你把这一讲分享给你的朋友。

感谢你的阅读，我们下一讲再见。

提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。 页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 12 | 如何用量化手段判断需求的优先级?

下一篇 14 | 如何用量化的方式讲清设计价值?

精选留言 (3)

写留言

spark
2021-02-06

对专栏突然产生了“爱”，分不清是喜欢作者，还是内容。
从潜意识中升起了“追求”的心流，从此打算跟着作者的路径提升。

作者回复: 哈哈，谢谢你的“厚爱”。
也非常期望我的经验能给你带来更多的帮助。

石云升
2021-02-05

同一个问题，答案因人而异。公司制定设计规范目的自然是为了提高效率。如果你简单把它理解为求快，那就会出问题。公司希望快的前提是保持质量。在这个基础上提高效率。

对我们个人来说，设计规范除了提升效率之外，还意味着我们能抽出更多的时间来做更具有创意的事情，如果我们把省下的时间都拿来娱乐，那创意就无从谈起。

展开

作者回复: 你说的很对，设计规范的存在是为了解决设计效率和设计质量两个方面的问题，如果为了效率忽略了质量，那设计规范就变成了一个坑。

不过从你的留言来看，你会把节省下来的时间更多的投入到学习和专业上。不过紧张之中偶尔娱乐一下也是可以的，劳逸结合嘛。

Cassiel
2021-02-05

我们公司也希望设计师能创新性地做一些项目。但是处在传统的券商行业，我也不在app产品组作设计，我们日常只能做些B端管理系统的设计，而且部门已经把设计规范都做好了，目前就处在用规范搭界面的阶段，遇到了发展瓶颈。在券商的研发部门，设计师话语权也不大，不知道作为设计师在这种情况下还能做哪些创新性的项目？希望老师指点

展开

作者回复: 从行业属性看，券商和银行还是有较多类似的地方的，结合你说的情况，我分享一些我们团队目前做的事情，希望能给你一些启发。

在我们团队中，也是有一个组专门在做银行内部管理类型的应用系统，做这类系统，比较难出现“颠覆式创新”的机会，但由于这类系统都存在了很多，有一些还很难用，所把一些精力放在微创新上，这其实也是一个很大的挑战，因为这类的系统有时候会存在很多的“历史局限”；

另外，内部管理的工作场景一般会涉及多个关联系统。如何优化且提升多个关联系统间的用户体验，这其实是一个很大的挑战。我们尝试了抽象出一套设计规范，然后同步应用在多个系统之间，横向打通了多个系统间用户体验的一致性。这种方式也能够进一步提升一些内部相似流程的标准化，这也算是一种创新的切入点。

关于设计师话语权不大的问题，设计师可以多向前想想，对业务流程、工作场景多思考，而不是局限于末端的画图环节，对业务理解越深刻，越能够提升你在项目中的话语权，这点上设计师要先改变自己的观念。还有另外一种可能就是协作方没感受到设计的价值，你可以去看一下第14课，里面讲了一些怎样让协作方感受到设计价值的一些技巧，让他们感受到你的价值后，你的话语权也会变得更大。

以上，希望能解答你的疑惑。